

Calculadora: cuánto invertir en pauta según tu meta

Deja de adivinar cuánto poner: el presupuesto que cuadra con tu meta de ventas

“¿Cuánto invierto en pauta?” no se responde con una corazonada ni copiando a otro. Se responde con tu meta de ventas, tu tasa de cierre y tu costo por lead. Esta calculadora trabaja hacia atrás desde el resultado que quieres hasta el presupuesto diario que lo hace posible, para que inviertas con un número que cuadra, no con uno que asusta.

Los datos que necesitas

Reúne estos cuatro números. Si alguno no lo tienes, usa un estimado conservador y ajústalo con datos reales en cuanto los tengas.

- Meta de ventas del mes (en número de ventas, no en pesos).
- Tasa de cierre: de cada 100 leads, cuántos compran (%).
- Costo por lead (CPL): cuánto te cuesta hoy generar un lead.
- Días del mes en que vas a pautar.

La fórmula, paso a paso

Trabaja hacia atrás: de las ventas que quieres a los leads que necesitas, y de ahí al presupuesto.

- Leads necesarios = Meta de ventas ÷ Tasa de cierre.
- Inversión total del mes = Leads necesarios × Costo por lead.
- Presupuesto diario = Inversión total ÷ Días de pauta.
- Guarda este cálculo: es tu línea base para medir si la cuenta mejora o empeora.

Ejemplo resuelto

Un negocio quiere 30 ventas en el mes, cierra el 20% de sus leads, su CPL es de \$15.000 COP y pauta 30 días.

- Leads necesarios = $30 \div 0,20 = 150$ leads.
- Inversión total = $150 \times 15.000 = 2.250.000$ COP.
- Presupuesto diario = $2.250.000 \div 30 = 75.000$ COP por día.
- Conclusión: con \$75.000 diarios y sus números actuales, la meta de 30 ventas es realista.

Cómo validar si tu meta es realista

El número que sale puede revelar que la meta no cuadra con la realidad del negocio. Mejor saberlo antes de invertir.

- Si el presupuesto diario supera lo que el negocio puede sostener, ajusta la meta o mejora la tasa de cierre.
- Subir la tasa de cierre suele ser más barato que subir el presupuesto: revisa tu proceso comercial.

- Bajar el CPL con mejores creativos reduce la inversión necesaria sin tocar la meta.
- No olvides la caja: pautar hoy genera ventas que a veces cobras en días o semanas.

Errores que descuadran el presupuesto

Estos descuidos hacen que el número se quede corto o que la meta nunca llegue.

- Usar una tasa de cierre inflada: si crees que cierras el 40% y en realidad es el 15%, el presupuesto se queda corto.
- Tomar el CPL de tu mejor día y no el promedio real del mes.
- Olvidar que escalar presupuesto suele subir el CPL: el costo no es lineal.
- No reservar parte del presupuesto para testing de creativos nuevos.

¿Quieres que lo implementemos por ti?

Auditoría gratis de tu pauta · WhatsApp +57 302 561 6257 · manusmsads.com